

自撮りと女子文化

——演技する身体と自己イメージの操作——

馬 場 伸 彦

The Girls' Culture of Selphie: Manipulating Body Image and Self Image to Produce

BABA Nobuhiko

Abstract: Selphie (Self-portrait) can be defined as a Selphie taken with a digital camera or a cell phone with a camera, and its actions. In other words, Selphie is one of amateur's handy daily photographic acts, and it is done as a substitute for record or memory.

Unlike family photos saved in photo albums, Selphie is often taken for the purpose of publishing to social media such as Facebook. Self-filming asserts as "look at me!" To an unspecified number of viewers, trying to show that person's fulfilling life aspect.

Selphie tends to be thought of as a self-loving expression act, but its interest is not only towards himself. The motive for Selphie is the desire for communication that wants to connect a pseudo social relationship in the network. Moreover, it is not a realistic experience of exposing a living body, but it is contemplated to construct an indirect relationship through the image.

Selphie, which is a unique photographic act, preforeses "accepted image" as a tendency. The image is modified in advance to another image that the other person wishes to see, and it is intended to finish it as a "perfect image".

Key Words: Selphie, Narcissism, Image manipulation, Banicular photo

要約: 自撮りは、手持ちのデジタルカメラやカメラ付き携帯電話で撮影したセルフポートレート、ならびにその行為であると定義できる。つまり自撮りとは、アマチュアの手軽な日常的写真行為のひとつであり、記録あるいは記憶の代理として行われるものである。それらは、個人のキャビネットの中やシューズボックス、あるいは写真アルバムに保存された家族写真とは異なり、その多くは Facebook などのソーシャルメディアに公開する目的で撮られている。

自撮りは不特定多数の閲覧者に対して「私をみてくれ」と語りかけ、「私の生活にはこんな側面もある」とほめかす写真行為だ。したがってソーシャルメディアの中の自撮りには、自宅やホテルのバスルームの鏡に向かって胸をはだけた挑発的なものまでもアップされることが多い。ゲーム感覚で増殖するセクシーな自撮りには、まるでピンナップガールのように閲覧する者の窃視的欲望に自ら進んで応えようとする。他者の眼差しが想像されているからこそ、自撮りは自己顕示欲にあふれている。

自撮りは、自己愛的な表現行為であると考えられがちだが、その関心の鋒先は自分自身にだけ向かっているわけではない。自撮りの動機を支えているのは、ネットワークの中で擬似的な社会関係を結びたいというコミュニケーションへの欲求である。しかもそれは生身の身体を晒す現実的な経験ではなく、イメージを媒介とした間接的かつ視覚偏重の関係構築が目論まれているのだ。独特な写真行為である自撮りは、傾向として「受容されるイメージ」を先回して表現しようとする。あらかじめ他者が「見たいと思われる画像」へと修正を施し、「完璧なイメージ」に仕上げて呈示しようとするので

ある。

キーワード：自撮り，自己愛，イメージ操作，バナキュラー写真，セルフイ

はじめに 急増した自撮り

ソーシャルメディアにおいて、デジタルカメラやスマートフォンのカメラ機能を利用したセルフポートレート写真＝「自撮り（selfie）」が猛烈な勢いで増殖している。とりわけ2013年における増加率は著しく、“英語圏では2013年を通じて勢いを増し、ソーシャルメディア用語から自画像写真を表す省略表現の主流に進化した”という理由で、オックスフォード辞典はその年の流行語に「セルフイ」を選出している。

セルフイは、日本では「自撮り」、「自画撮り」、「自分撮り」、などと呼ばれてきた。ちなみに大宅壮一文庫雑誌記事検索より単語検索を利用して1998年から2013年の期間における「自撮り」の関連語を拾ってみると、「自撮り」が11件、「自画撮り」が32件、「自分撮り」が52件該当した。推移としては2000年代より徐々に取り上げられ、2011年以降流行を見る様子が分かる。また雑誌記事の見出しから、この現象がカメラ機能の変化と関連していることが分かる（2014年2月13日調べ）。

語そのものが様々な言い方をされてきたのは、それが写真のジャンルを表すというよりも、行為を指す言葉であり、また行為の中心がアマチュアであるため、表現としてのジャンル形成ができていなかったからであろう。以下では、煩雑さを避けるために、おそらく現在最も多く使われている「自撮り」に統一して、議論を進める。

1. 自撮りとは何か

では、あらためて「自撮り」とは何か考えてみたい。自撮りは、手持ちのデジタルカメラやカメラ付き携帯電話で撮影したセルフポートレート、ならびにその行為であると定義できる。つまり自撮りは、アマチュアの手軽な日常的写真行為のひとつであり、記録あるいは記憶の代理として行われるものである。

自撮りは、個人のキャビネットの中やシューズボックス、あるいは写真アルバムに保存された家族写真とは異なり、その多くはFacebookなどのソーシャルメディアに公開する目的で撮られている。自撮りは不特定多数の閲覧者に対して「私をみてくれ」と語りかけ、「私の生活にはこんな側面もある」とほめかす写真行為なのである。

したがってソーシャルメディアの中の自撮りには、自宅やホテルのバスルームの鏡に向かって胸をはだけた挑発的なものまでもアップされる。ゲーム感覚で増殖するセクシーな自撮りには、まるでピンナップガールのよう
に閲覧する者の窃視的欲望に自ら進んで応えようとする。他者の眼差しが想像されているからこそ、自撮りは自己顕示欲にあふれている。

自撮りは、自己愛的な表現行為であると考えられがちだが、その関心の鋒先は自身にだけ向かっているわけではない。自撮りの動機を支えているのは、ネットワークの中で擬似的な社会関係を結びたいというコミュニケーションへの欲求である。しかもそれは生身の身体を晒す現実的な経験ではなく、イメージを媒介とした間接的かつ視覚偏重の関係構築が目論まれているのである。

独特な写真行為である自撮りは、傾向として「受容されるイメージ」を先回して表現しようとする。あらかじめ他者が「見たいと思われる画像」へと修正を施し、「完璧なイメージ」に仕上げて呈示しようとするのである。

つまり自撮りは、あるがままの姿ではなく、閲覧者がそうあって欲しいというイメージを先取りして、それに合わせて表現する行為なのである。

このように他者による閲覧を前提とした自撮りの独特の振る舞いは、自撮り画像の定型化を促す要因となっている。画像をアップする者は、「いいね」など、その価値に見合った賛美を得たいがために、賞賛されやすい画像、また、すでに賞賛されている画像を模倣しようと試みる。

すでに賞賛されているイメージとは、よくできた「既知のイメージ」であり、その代表は、どこかで見たことのあるイメージ（アイドル、女優、モデル）、あるいはよくできた「広告写真」のイメージなのである。

その意味で、自撮りは、秘匿的な個人の回想、記録ではないということになる。自撮りはインターネットを通じて他者に見られること／見せことを想定した行為であり、承認を求める「コミュニケーション行為」として理解すべきであろう。

2. インスタグラムにおける既視感

このことはソーシャルメディアのひとつであるインスタグラム（Instagram）における画像に著しい特徴となって現れている。たとえばフレンチレストランにおいてある料理の写真を撮る。リゾートホテルの洒落たインテリアを背景にしてポートレイトを撮る。そうしたスナップ写真は、以前であれば、アマチュアの撮影したものとプロの撮影した雑誌写真や広告写真とは、明らかに違っていた。

前者は、出来事としてのリアリティが重視され、後者は理想としてのファンタジーが重視されている。しかし、インスタグラムにアップされた料理写真やポートレイトには、広告写真と見間違ふようなものが多い。つまり、出来事を記録するのではなく、理想的な「出来事のシミュラクル」を「デザインする」のである。だから、レストランのテーブルの上に、気に入らないものが映り込む時は、それを排除したり、皿を並べ直したりして、「レイアウト」を変えてしまう。

最近では、インスタ映えするようにランチョンマットを持参する女子もいる。あるいは、ナイトプールでは、インスタ映えするために、写真用の浮き輪を撮影の小道具として持参したりする。

さらには、アプリによる画像加工が平凡なイメージを「完璧なイメージ」へと変容させるのである。こうして雑誌やウェブで見たことのあるような広告写真を模倣した、よく出来たイメージのシミュラクルが完成するのである。

既知のイメージに現実の風景を重ね合わせようとする行為であるインスタグラムには、たとえばブレッソンが「逃げ去るイメージ」と呼んだような瞬間に立ち会わせる記録性は希薄である。いっけん新奇なモノを見せているようだが、実は、イメージのインフレーションの中から、いわば集散的記憶の中から選び取られたイメージを再現しているのである。言い換えれば、報道写真が、その瞬間に私たちを立ち合わせようとするのに対して、インスタグラムは、私たちを自身の記憶の中へと送り返していくのである。

興味深い例として、JTB から出た『写真から見つける、ステキな京都 KYOTO GENIC』を見てみよう。ここでは、すでにアップされたインスタグラムの写真から旅先を選ぼうという内容になっている。

旅先で何かを発見するのではなく、誰かによって発見され「インスタ映え」したイメージとしての風景に、実際に向かい行き、生身の身体を素材のひとつとして利用し、雑誌で見た風景と同じような写真を撮るのである。まるで穴の空いた観光地の看板に顔をはめるように、良くできたイメージに仕上げるのである。主体と客体の奇妙なねじれ現象が起きている。

なぜそのような写真実践が行われるのかといえば、ここではより多くの承認とフォロワー数を獲得することが主たる目的となっているからである。写真表現の動機が、風景の発見、作品創作にあるのではなく、インスタ映えした画像をネット空間に送り出すことで、より多くの承認と共感を獲得しようとする。ここに快感があるのである。

こうなってくると、歴史のある京都のまちであろうと、古都的イメージのポスターの前であろうと、あまり関係がなくなってくる。大切なのは、出来事の写真による再現前化ではなく、情報として分断した「完璧なイメージ」を美しく複製することにあるのである。

インスタグラムには、出来事の奥行き、すなわち写真に現れる時間の奥行きが欠落している。写真に内在する時間の奥行きと出来事の因果関係は、ここではさ



『写真から見つける、ステキな京都 KYOTO GENIC』JTB, 2016

ほど問題とされないのである。それは写真のナラティブを変化させることを意味しているのであろう。出来事の一回性は、因果的關係には不可避な問題であるが、インスタグラムの画像は因果關係の「いま・ここ」における断面であった写真の瞬間性を無効化してしまうのだ。

インスタの自撮りが現われる「場」は、スマホやパソコンのディスプレイである。それは物質的写真として立ち現れるのではなく、情報としてディスプレイに浮かび上がる。時間的な因果關係から分離した「情報」こそが、インスタ自撮りの正体なのである。

物質として表象した限りにおいて、その支持体の劣化は時間経過として理解されるものだ。時間は不可逆の線状性において理解され、過去は画像として表象する。過ぎてしまった時刻に私たちは戻ること、経験することもできないのである。だからアプリで、セピア色に退色させれば、写真は途端にノスタルジックな雰囲気醸し出すのだ。セピア色は、経年劣化を示す記号なのである。

Instagramの写真撮る者は、完璧なイメージ、いわばピクチャレスクなイメージが既に想定されているために、そのイメージが重なるように、物や人を配置し、アングルやトーンを探っていく。風景は、壁紙のような役割を果たし、場合によっては壁紙に描かれた風景や文字を背景にして、インスタ映えする構図がつくられる。空間的な奥行きは必要ではなく、四角い画面に、平面的に、美しくレイアウトされれば良い。まさしくデジタル時代のピクチャレスクが「インスタ映え」といえるだろう。

3. 存在証明としての自撮り

自撮りの考察をさらに進めていく前に、「ポートレート」と「スナップ写真」という観点から、簡単に整理しておきたい。自撮りは写真表現史に照らし合わせれば、写真のジャンルとしては「ポートレート（肖像写真）」に含まれており、また日常生活の一部分を撮影する行為からして、それはいわゆる「スナップ写真」という写真実践に類似している。

しかし、このポートレートとスナップ写真ほど、誤解されているものはない。ポートレートは、事実をありのままに写すドキュメンタリー写真とはちがって、「ポートレート」という言葉のルーツがエトルリア語に起源をもつ「ペルソナ」であることから分かるように、「仮面」といった意味を含んでいる。

つまりポートレート写真に映っているものは、その人の内面ではなく表面＝仮面なのである。あらゆる写真は光を反射する不透明な皮膜であり、人物の表層を光学的に複製したものがポートレートということになる。

自撮りは、日常生活のスナップ写真的行為のように思えるのだが、撮影の対象が常に外の世界であるスナップ写真とは異なり、対象が自分自身であるという点において、それは「私がそれを見た」という記憶の代理ではなく、「私はここにいた」という存在証明であるという意味合いが強い。その点において、自撮りに確認される時間は過去ではなく、また記憶の代理表象でもなく、現在時刻における「私」の存在証明なのだ。

また、自撮りは、事物そのものの複製ではなく、二重の操作によって生成する。第一に撮影者の眼差しと装置によって生成し、第二にアプリによる現像操作によって生成する。セルジュ・ティスロンが、「写真とは、写真家とその機械によって形づくられる全体のことであり、そしてこの写真家と機械とは、一枚の写真を実現するために必要な操作全体によって相互に結びつきあっている」¹⁾と述べたように、それは撮影者と装置やアプリによって操作され生成したイメージなのである。

もちろん、自撮りと通常のポートレートでの共通点は多い。ポートレートは、「顔」「ポーズ」「アングル」「服装」などの要素から成り立っている。とりわけ顔は表情とともにあり、意味を作り出す要因であるために、最も重要な要素だと考えられている。顔は操作された表面であるにも関わらず、美醜の判断だけでなく、感情や性格といったその人物の内面の評価にさえ影響を与える。容貌と性格には因果關係があると人は信じているからだ。

したがって顔は常に誰かに読まれる運命にある。ポートレートにおいて、どのように見られたいか、あるいはどのように見せたいかによって、顔が造り変えられ、最良のアングルが模索されるのはしごく当然のことだろう。もし積極的に顔を読ませたいのであれば、借りてきた表情で素顔を覆ってしまえばよい。

1) セルジュ・ティスロン、青山勝訳『明るい部屋の謎 写真と無意識』人文書院、2001年8月、16頁

顔は写真に撮られることで内面から分離した事物となり、自己とは異なる「誰か」として表象する。顔の筋肉に電氣的刺激を与えて表情を可視化させたデュシェンヌ・ド・ブローニュの実験のように、人間の顔は表情のあられる「地」であり、表情は「図」なのである。

この関係は、現代社会において、仮面の役割を担う「化粧」の問題を考えるとよく分かる。メイクアップという言葉が象徴するように、それは素顔を土台にして「作り上げられる」ものだ。しかし、化粧によって操作され、作り上げられた顔に意味や物語を招き寄せるのは見る者、つまり顔を読む者である。清純そうであったり、セクシーであったり、滑稽であったりと、化粧は自在に顔の上に図説して見せ、他者に対して意味を提供する。説明文のない静止したイメージであるポートレートであれば、この効果はいっそう強調されることになる。見る者は、静止した表情のなかに喜怒哀楽といった感情を読み取り、勝手に物語を作り上げてしまう。あるいは写真家の操作によって特定の物語へと誘導されることもある。

このことは写真黎明期である 1840 年に制作されたイポリット・バヤールの有名な“セルフポートレート”にも当てはまる。ジャック・マンデ・ダゲールを写真の発明者として認定した科学アカデミーへの抗議を意図して、バヤールは《溺死者としてのセルフポートレート》と題した写真を公表した。バヤールの瞳を閉じて硬直させた裸体のセルフポートレートは、失意と落胆の果てに溺死した男であることを雄弁に語り、人々はそれを信じたのである。もう少し正確に言えば、写真が溺死の悲劇を語ったわけではない。そうではなく、意図的に偽装された写真を他者が見ることで、悲嘆にくれて溺死を選んだ男の悲劇を見る者自らが捏造したのであった。

4. 自撮りにおける自己言及性

「自分で撮影する＝自撮り」であるから、その撮影行為は、自分自身がカメラを持ち、自分自身が被写体となり、自分自身で撮影することが前提条件となっている。

自らの指でシャッターを押すために、そして画角や焦点距離を調節するには、腕を自身の顔の前に伸ばして調整しなければならない。自撮り独特のアングルを規定するのは腕の長さとレンズの焦点距離なのである。（自撮り棒とは腕の拡張である）こうした奇妙な撮影スタイルは、大型カメラしかなかった 1920 年代においても行われていたようだ。驚くことに、バイロン社の屋上では数人の男がお互いに身体を支え合いながら三脚のようにカメラを固定してグループで自撮りを撮っている²⁾。

今日のソーシャルメディアにアップされた自撮りを注意深く見ると、カメラやスマホを撮影者自身が持っているために、手首から腕のあたりがフレームの外側に外れて見えなくなっていることに気づく。ピースサインや頬に手をあてて顎の輪郭を隠すといった自撮り独特のポーズは、カメラを持たない片方の手によってつけられている。

そのためにはカメラ自体の軽量化、自動化がなければ自撮りという表現はこれほど普及しなかったであろう。たとえば、写真家の HIROMIX の表現を可能としたのは、プログラム機能によってシャッターを押すだけで撮影ができるコンパクトなカメラ「ビッグミニ」の誕生であった。右手にカメラを握りながら HIROMIX は鏡越しに自撮りを行ってデビューしている。

ソーシャルメディアのなかには、鏡を利用して全身を写した自撮り写真もたくさんある。鏡の前でカメラを構えてポーズをとるケースでは、ビューモニターで表情やポーズを確認しながら撮るために、顔の一部分がカメラによって隠れてしまったり、目線がどこにも向かっていない表情になったりする。また鏡にお尻を向けてカメラを持ったまま不自然に身体をねじりながら撮影するケースもある。

こうした自撮り独特で奇妙な振る舞いは、セルフタイマーを利用した従来のセルフポートレートとは明らかに異なるものである。なんとしても自撮りは自分で撮影しなければならないという強い意思がそこには感じられる。

自撮りでは、撮影行為において他者が介在することはない。あくまでもプライベートな行為であり、撮影する装置は自らの手中にしなければならないという暗黙の了解がある。自撮りは、手鏡を覗き込みながら自己の像を確認するようなものだ。ふいに撮られたスナップ写真とは違って、そこには自分自身のイメージの複製が意識され

2) ニューヨーク私立博物館が所蔵する資料には、バイロン社の人々がセルフポートレートを撮影する様子が残されている。

た演技的な態度が特徴として表れている。

フレームの外側にはみ出てしまった腕や指先は、アマチュアゆえの失敗写真というわけではない。それは今まさにその瞬間に撮られたスナップであることを訴えかける記号となる。

散らかった部屋や汚れた鏡が映り込んでいる無造作な自撮り写真には多々あるが、無造作な背景を映り込ませる事も臨場感と自撮りのリアリティを生み出す欠かせない要素となっている。自撮り（自画撮り）のパイオニアとして知られているモデルのうしじまいい肉は、流行のファッションで着飾っていて、なおかつ六畳一間の生活が垣間見えるようなライブ感のある自撮りを推奨している。「彼女の私生活や思想とかを覗き見しちゃった感じがあるじゃないですか」³⁾。と述べている。

こうした自分の顔の前に腕を伸ばすという「自撮り」独特の撮影スタイルは、見る者と見られる者という二つの自我のあり方を同居させる。エッシャーに、紙の上に立ち上がった手が紙の上に描いており、その手はもう一方の手を描いているという作品があるが、「自撮り」には、そうした自己言及的な構造がある。

ここでは、写真を撮ることは撮られることであり、見る者は同時に見られる者となる。また、デジタルカメラやスマートフォンによる自撮りでは、撮影、潜像、現像の写真にまつわる一連の行為が流れの中で行われる。様々な画像加工のアプリは、自撮りの元画像を操作して、とっておきの一枚、最高の一枚へ変えるために存在する。つまり、画像生成に関するすべての写真行為を自分自身で操作することも自撮りでは不可欠な行為なのである。

しかもこの画像の操作操作は、けっして適当にやっているものではない。何らかの規範に沿って、あるいは理想とするイメージに近づけるために操作が行われているのである。たとえば、おかもとまり『カンタン☆変身！魔法の自撮り術』を見てみよう。そこには「あごを引いて口を半開きにした表情がカワイイ系」、「涙袋に力を入れて、口は力を抜くのがセクシー系」、「驚き顔で、口は丸くぼわっと開けるのがオルチャン系」などとあり、ステレオタイプ化したカワイイ、あるいは美人のイメージを真似ることを奨めているのである⁴⁾。言い換えれば、規範となるイメージや理想像が、あらかじめ自撮りをする者の頭の中に想定されおり、それを目指してイメージ操作が行われるのである。どのように撮られるのか、どのように見せたいのか。仕上がりイメージが想定されているからこそ、納得がいくイメージが出来きるまで撮影者は何度も操作を繰り返す。

では、この自己言及性とイメージの操作は何を意味するのだろうか。自撮り行為によって「理想的な容姿」となったイメージは、実体や実質性に基づいたものではない。それは、存在から複製へ連続するものではなく、理想とする容姿を根拠として模倣されたイメージ、いわばシミュラクルである。

5. 自己の偽装と消滅

一般的な理解として、写真は実体を鏡のように映し出すものと信じられてきた。犯罪現場の証拠写真や運転免許証や旅券における自己証明などはその極端な例であり、Photoshopによる画像加工が当たり前となった現在においても、写真と実体との対照性は大きく揺らぐ事はなかった。

こうした感覚は、次のような考えに結びついていく。写真行為の「結果」としてあらわれた自撮りイメージは、その生成の出発点である「原因（実体・実質性）」へと遡ることができるという確信である。仮に表情が仮面で覆われていたとしても、あるいは巧妙な化粧による素顔の隠蔽が行われていたとしても、そこには実体としての顔、アイデンティティの基底としての顔があるのだと信じられている。この点は、絵に描かれた自画像と大きく異なる感覚にちがいない。すなわち自撮りにおける顔は、虚飾性を問われることなく、オリジナルの実在性（原因）を因果論的に保証しているのである。

自撮りによって作られた「理想的な容姿」は、見えない実体と互いに支え合う関係にある。見えないものは存在しないのであるから、見えるものはすべて存在することになる。言い換えれば、自撮りは、「理想的な容姿」を映す影である。他者の承認や「かわいい」といった評価は、一種のこだまのように影を実体化させ、自撮りをする者の自己を輝かせるのである。

3) 『SPA! スパ』5月17日号、扶桑社、2011年5月10日発売、「なぜ僕らは自画撮りを愛するか？」49頁

4) おかもとまり『カンタン☆変身！魔法の自撮り術』青山出版、2013年1月

自撮り写真は、自己イメージの偽装である。つまり自己を隠すことによってそのイメージは成立しているのだ。この議論を深めるために、ジャン・ボードリヤールの「シミュラクル」の理論を引いてみよう。彼はシミュラクル化した画像の実在との非対称性について次のように説明する。「隠す（dissimuler）、という行為は、あらゆることをないように見せかけることだ。ところが偽装する（simuler）とは、ないことをあるように見せかける。前者は存在（presence）に至り、後者は不在に至る」⁵⁾。

実在と照応しないシミュラクルは、自己言及的なエンドレスな回路に陥ることになる。これは自撮りにおける実在とイメージとの非等価性についても同様であろう。シミュラクルは本物の紛い物でも単なるコピーでもない。本物より、表象を評価する場合では、本物を凌駕する力を持つてしまうのである。

6. 構造化された語り

自撮りには、本質的な意味での、偶然性は期待されてはいない。なぜなら、自撮りが一回性に価値をおいたドキュメンタリー写真ではなく、その出来上がるイメージは未知ではなく既知であるからからだ。

その意味で、自撮りは極めて構造化された写真表現だということができる。個別であるはずなのに、その印象がいずれも似たり寄ったりであるのは、個人のアイデンティティを覆い尽くした「誰かの顔」が、メイクやカメラの操作によって、そこに模倣されているからだ。自撮り写真を見ることは、モード写真を見ることと似ている。精神科学・写真批評のセルジュ・ティスロンはいう。「モード写真を見る者は、他者の外見から出発して、鏡像化の効果のうちに自分自身の外見を想像するように誘われる。欲望の対象である衣服を通じて、新しい眼差しが切望されているのである」⁶⁾。

忘れてはならないのは、日本の女子にとって、こうしたイメージ操作は「プリクラ」によって繰り返し訓練してきた技術であったことだ。プリクラは、手軽に自己を偽装する手段として人気が高く、アケードに設置されたプリクラの前には常に女子たちの列ができていた。何かの記念に撮るというよりも、日常的な習慣、日常風景のひとつとしてプリクラがある。

アトラス製『プリント倶楽部』、通称プリクラが登場したのは1995年である。デジタルカメラによる撮影画像をシール紙に印刷する装置であり、主に女子高生を中心に人気を博した。切手のように小さなプリクラシールは、女子高生にとって重要なコミュニケーションのツールとなる。プリクラ帖と呼ばれる小型ノートにプリクラシールを丁寧に並べてスクラップして、仲間同士のつながりを可視化するのである。プリクラシール画像の不鮮明さは搭載されたデジタルカメラの解像度の低さによるものだが、それが反対にマンガのようなフラットな顔をつくりだす。目と鼻の穴と口だけになった相貌はコンプレックを隠す理想的な顔として交換に値するものだった。

1998年になると、デジタル画像処理機能を搭載したオムロン製『アートマジック』が登場する。色調調整やコントラスト調整を自動的に行い、「美肌」「美白」「つや髪」といった画像偽装ができるようになり、その後のプリクラの機能の主流となっていく。2007年には、光学的処理では不可能であった部分的拡大、つまりマンガやアニメの主人公のような「デカ目」にする機能を搭載したプリクラが遂に登場する。

自分の顔だと認識できないほどの「デカ目」を彼女らは「カワイイ」と評価する。カワイイ顔は、偶然に撮られるものでも、一回的に表れるものでもない。装置と操作によって複製されたイメージは実際の自分より、カワイイのである。以降、装置によって自己イメージを偽装する「サギ写」の時代が到来する。人工的に「盛って」カワイくなること、美しくなることへの欲求は高まっていったのである。

プリクラ写真が「デカ目」となっていった理由について、久保有香は次のように説明している。「2007年頃からシールを財布にしまったり、デジタルデータを携帯電話に保存して、自分で閲覧することが中心になり、その後2010年頃からブログで不特定多数に公開するようになったからだ。ユーザは、自分で見る場合や、不特定多数に見せる場合には、恥ずかしさがなくなり、「嘘でも良いから、実際よりも美しく見える」ことへの希望が促進する。ここでプリクラは完全な美人化装置になった」⁷⁾。

5) ジャン・ボードリヤール、竹原あき子訳『シミュラクルとシミュレーション』法政大学出版局、1984年3月、3-4頁

6) セルジュ・ティスロン、青山勝訳『明るい部屋の謎 写真と無意識』人文書院、2001年8月、108頁

7) 久保有香「美人化装置としての「プリクラ」」、日本バーチャルリアリティ学会誌第17巻2号2012年6月

久保によれば、「女子高生がデカ目を目指すのは、自分が美しい状態になっていることを確認するための定量的な評価指数を求め、プリクラというステージを利用しているからだ」という。つけまつげやカラコンなど目を大きく見せる商品の流行は、確かにそうした傾向を裏付けている。

留意すべきは、こうした顔の操作が、あくまでも二次元の視覚イメージとして生成させることを目的としていることである。すなわち、それはカワイイや美人の画像的シミュレーションとしての顔なのである。

7. 変身と演技的な振る舞い

自撮りと化粧が切り離せない関係にあることは、『ざわちん MakeMagic』を参照すれば納得できる。そこには、「あの人がみたいに可愛くなりたい」を叶える第一歩が「ものまねメイク」だと宣言され、メイクによる画像的シミュレーションの方法が図解されている。「誰かの顔に憧れる……実はそれは。可愛くなれるチャンスなんです！ざわちんのメイクテクは、憧れのあの人をお手本に、理想のふた重や目の大きさを忠実に再現するメイク法。顔だけじゃなく、“可愛さ”をも手にできるメイク法なのです」⁸⁾。

興味深いのは、「なりきる」のがここでは顔に限定されていることだ。取り替え可能な人形の頭のように、首から上だけで「なりきる」のである。それは写真の中にしか存在しないイメージとしての顔である。たとえば、韓国で最高にカワイイ女子を意味する「オルチャン」になるための手段として、ざわちんは「濃くてもケバく見せずに盛るのが重要」だと述べ、アイメイクで不自然なくらい大きい目元にすべきだと指南する。さらには、のりリキッドライナーで長くタレ目に見えるようにアイラインを描き、ふた重テープでヨコに長いふた重を偽装し、カラコンを装着して黒目がちな目元をつくる。口を閉じてあごを細く見えるアングルにカメラを構え、愛嬌（エギヨ）たっぷりのポーズイングを忘れないように、と丁寧な方法論が開示される。

ネット上には、しばしば「自撮りがうまく撮れない」という嘆きが散見されるが、それは撮影技術の問題というよりむしろ、脳裏に予め用意された理想的イメージと自撮りによって創りだされた画像イメージが齟齬を起こしているからにちがいない。ざわちんの魅力、つまりその人気の理由は、イメージの不適合が起きないように「なりたい顔＝理想の顔」を徹底的に記号化し、メイク＋マスクと自撮りによって実現する、その演技的な振る舞いにあるのだ。ざわちんの自撮り写真は、どこまでがざわちんで、どこからがざわちんでないのかを峻別することは難しい。カワイイタレントを真似ることとカワイイ自分を夢想することは同義なのである。

では、「なりたい顔」とは何だろうか？「なりたい顔」は誰かの顔である。それは自分自身の顔ではない。つまり自分自身の顔の表面を消去して上書きした他者の顔である。ジャン・ボードリヤールは、メイクの本質は記号の戯れであり、記号の力によって自己を消滅させることだという。

「鏡の前の女性は、自分を消滅させなければ化粧できないし、化粧することによって、意味を欠いた存在の純粋な外見を獲得する。この《過度の》操作を、真実の通俗的なカムフラージュと混同してしまえるのは、どういう誤りによってであろうか。虚偽だけが真実を疎外できるが、化粧は虚偽ではない。それは（異性の役を演じる俳優のように）虚偽よりもはるかに虚偽であり、それによって一種の優越した無知・透明さ——それ自体の表面による吸収、血のあとも意味のあとも残さずにあらゆる表情を消滅させること——残酷さ・挑戦を見出す。」⁹⁾

メイクを施すことでさらに美しい目や唇を偽装することは、顔を廃棄し、表情を消滅させることになる。自撮りは、アングルとポーズとメイクの「魔法」で出現する理想とされる「誰かの顔」を目指す。自撮りの表情は、自己のアイデンティティに宿る顔ではなく、誰かになりきるために完璧に記号化された顔なのである。

8. キャラ的コミュニケーション

社会心理学者やメディアジャーナリストらは、自撮りが自己愛的な行為であると強調している。だが、自己愛が自分を賛美すること、あるいは自己顕示欲が強く、自分の能力を過大に評価することだとすれば、そこにはいささか矛盾が生じることになるだろう。

8) ざわちん『ざわちん MakeMagic』宝島社、2014年2月

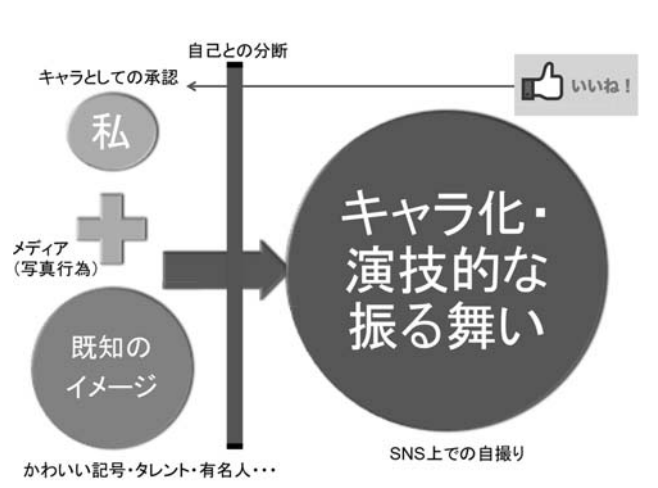
9) ジャン・ボードリヤール『誘惑の戦略』法政大学出版局、1985年3月、125-126頁

確かに、自撮りは自己高揚の動機と無縁ではない。自分自身を肯定的に呈示し、また肯定的に見るという自尊心の肯定的な感覚を求める欲求は存在する。コミュニケーションを最重要と考える「承認不安」と「空虚な承認ゲーム」の時代では、自己開示することで承認を得る事は快樂なのだ¹⁰⁾。

けれども大切なのは、自撮りによって承認されるのが自分自身の顔ではなく、二次元に還元された「誰かの顔」であることだ。自分自身の顔は諸々の操作によってすでに消滅し、いわば集合的記憶のなかの理想的と化した顔であることだ。

自撮りやメイクによって成立した「なりたい私」の顔は、私は私であるという自己同一性を不問にする。自撮りにおけるメイクとはすなわち「盛る」ことであり、本来の自分、素顔の上に虚飾された「もうひとつの顔」なのである。ようするに自撮りとは、コスプレイヤーがアニメキャラへの変身を楽しむように、画像処理ソフトによる操作とメイクによってカワイイ女子、美人に変身する複製されたな身体イメージだ。自撮りにおける「なりたい私」は記号的な疑似人格「キャラ」であれば良いのである。メールの顔文字のように、むしろ自己から切り離されたイメージであるからこそ、自己防衛が担保されると共に自己開示欲求と承認欲求を満たすことができるのである。

図 キャラ化したコミュニケーション（馬場）



10) 山竹伸二『「認められたい」の正体 承認不安』講談社現代新書, 2011年3月

